

Kritik als Erzählung über eine Erzählung: Analyse von Fernsehbeiträgen über Waldzertifizierung anhand eines Aktantenmodells narrativer Semiotik¹⁾

Aus dem Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik Technische Universität München²⁾

(Mit 3 Abbildungen und 2 Tabellen)

GÜNTER DOBLER, OLGA MALETS und MICHAEL SUDA

(Angenommen Mai 2014)

SCHLAGWÖRTER – KEY WORDS

Aktantenmodell; Delegation; Forest Stewardship Council; Legitimität; Medienanalyse; nachhaltige Forstwirtschaft; narrative Semiotik; Waldzertifizierung.

Actantial model; delegitimation; Forest Stewardship Council; legitimacy; media analysis; sustainable forest management; narrative semiotics; forest certification.

1. EINLEITUNG

In diesem Artikel wird durch die Anwendung eines im forstlichen Kontext bisher nicht rezipierten Aktantenmodells der narrativen Semiotik nach GREIMAS (1972 (1966)) ein neuer Blick auf die öffentliche Medienberichterstattung über einige aktuelle forstpolitische Themen geworfen. Die wichtigste Leistung dieser methodischen Vorgehensweise ist, dass sie es ermöglicht, das Verständnis der Formen öffentlicher Debatten zu erweitern und eine neue Sichtweise auf die öffentlichen Auseinandersetzungen über die Akzeptanz und Legitimität von Handlungen forstpolitischer Akteure anbietet. Empirisch werden in diesem Artikel drei Fernsehbeiträge aus dem öffentlich-rechtlichen Programm untersucht, die in den Jahren 2011 und 2012 ausgestrahlt wurden. In diesen werden die Darstellungen von FSC, IKEA und Stora Enso zu Wald und Holzverwendung kritisch unter die Lupe genommen. Ziel des Artikels ist es, anhand des Aktantenmodells Strukturen und Vorgehensweisen der kritischen Bezugnahme in den Fernsehsendungen freizulegen und deren potenziellen Einfluss auf die diskursiven Auseinandersetzungen um die Legitimität der Akteure zu verstehen. Aktanten stehen für Elemente, die in Erzählungen tiefgreifende Strukturen wiedergeben und grundlegende Funktionen erfüllen. Die Verwendung des Aktanten-Konzepts für die vergleichende Analyse erscheint daher vielversprechend. Die über die Fernsehbeiträge transportierte Kritik entfaltet eine

delegitimierende Wirkung, weil sie die Darstellungen der oben genannten drei Organisationen entkräftet. Das hat auch Auswirkungen auf die Auseinandersetzung um die Implementierung von Strukturen und Mechanismen transnationaler nichtstaatlicher Governance im Bereich Wald und Holzwirtschaft.

In der Organisationstheorie wird Legitimität als eine generalisierte Wahrnehmung (oder die Annahme) definiert, dass die Handlungen eines Objekts, z. B. einer Organisation, wünschenswert, angemessen und angebracht sind in dem Sinne, dass sie einem bestimmten sozial konstruierten, historisch und kulturell geprägtem System der gesellschaftlichen Normen, Werte, Vorstellungen und Definitionen entsprechen (SUCHMAN, 1995, S. 574; s. auch MAYNTZ, 2010, S. 5; WEBER, 1956, S. 26). Die Entstehung und das Überleben von neuen Organisationen hängen entscheidend davon ab, ob es Akteuren gelingt, Legitimität zu erzeugen, aufrechtzuerhalten und wiederherzustellen, falls sie beschädigt wird (SUDDABY and GREENWOOD, 2005, S. 37; HANNAN and FREEMAN, 1989; SUCHMAN, 1995). Die Prozesse der Herstellung, Aufrechterhaltung und Wiederherstellung der Legitimität werden in der Literatur als Legitimation bezeichnet (STEFFEK, 2009). Das Gegenteil wird Delegitimation genannt und bezeichnet die Prozesse, in deren Rahmen Legitimität infrage gestellt, angefochten, bestritten und demzufolge beschädigt wird (STEFFEK, 2009). Laut STEFFEK (2009, S. 315) sind Legitimation und Delegitimation von sich aus diskursive Prozesse. In der modernen Gesellschaft stützen sie sich auf rationale argumentative Begründung und Rechtfertigung, auf das Erzeugen von Argumenten und Gegenargumenten innerhalb von Reihen kommunikativer Akte, in denen mehrere Akteure und Zuschauer/Zuhörer einbezogen sind. Akteure, welche die relevanten Zuschauer- bzw. Zuhörergruppen erfolgreich davon überzeugen, dass ihre Handlungen bzw. die einer bestimmten Organisation den historisch und kulturell geprägten Werten entsprechen, die von den Zuschauern für wichtig gehalten werden, werden mit größerer Wahrscheinlichkeit für sich und für die Organisation, die sie vertreten, Legitimität herstellen und über die Zeit erhalten (MAYNTZ, 2010, S. 6). Im Gegenzug werden diejenigen Akteure, die Legitimität bestreiten wollen, infrage stellen, dass die Handlungen der Organisationen den historisch und kulturell geprägten Werten entsprechen.

¹⁾ Wir – die Autoren – bedanken uns bei den Teilnehmern des 45. Forstpolitikwissenschaftstreffens vom 4. bis 6.3.2013 in Ammersbek bei Hamburg und bei zwei anonymen Gutachtern der AFJZ für die hilfreichen Kommentare und Anregungen.

²⁾ Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik, Technische Universität München, Hans-Carl-von-Carlowitz-Platz 2, D-85354 Freising, Deutschland. Tel. +49 8161 71 4625. E-Mail: guenter.dobler@tum.de, olga.malets@tum.de, suda@wzw.tum.de

Heute finden kommunikative Akte zwischen unterschiedlichen Teilnehmern, während derer die Legitimität erstellt und/oder infrage gestellt wird, meist nicht direkt und unmittelbar statt. Sie werden oft durch Massenkommunikationsmedien vermittelt. Laut STEFFEK (2009, S. 316) spielen Journalisten in diesen Prozessen eine entscheidende Rolle, weil sie bestimmen, was das Laienpublikum über Organisationen zu hören, sehen oder lesen bekommt. Sie sind gewissermaßen für die Übersetzung (meist in Form von Vereinfachungen) der höchst komplexen Diskurse in eine Sprache verantwortlich, die für das Laienpublikum verständlich ist. Das kann die Wahrnehmung und Einstellung des Publikums und auch dessen Verhalten beeinflussen. In diesem Beitrag analysieren wir anhand des Aktantenmodells eine solche Übersetzung und legen dar, welchem strukturellen Aufbau die Darstellung dabei folgt.

Der Artikel ist folgendermaßen strukturiert: Zuerst begründen wir die Fallauswahl für unsere Studie. Zweitens werden die Fernsehbeiträge erläutert und beschrieben. Danach wird das Aktantenmodell nach GREIMAS eingeführt und auf die Fernsehbeiträge angewendet. Dabei werden die Formen der journalistischen Bezugnahme identifiziert, die eingesetzt werden, um die Selbstdarstellung der forstlichen Akteure zu kritisieren – eine Kritik, die potenziell delegitimierende Wirkung auf die Akteure haben kann. Im abschließenden Fazit werden die Möglichkeiten und Grenzen des Ansatzes diskutiert.

2. FALLAUSWAHL: DISKURSIVE AUSEINANDERSETZUNGEN UM DEN FOREST STEWARDSHIP COUNCIL

Als Fallbeispiel für unsere Analyse wurden drei Beiträge ausgewählt, in denen das Waldzertifizierungsprogramm des Forest Stewardship Council (FSC) und zwei vom FSC zertifizierte Konzerne thematisiert werden. FSC wurde im Jahr 1994 als eine der ersten globalen nichtstaatlichen Initiativen mit dem Ziel gegründet, eine verantwortungsvolle Forstwirtschaft in allen Regionen der Welt zu fördern. FSC formulierte 10 Prinzipien und 56 Kriterien der verantwortungsvollen Forstwirtschaft und entwickelte ein System für die unabhängige Beurteilung der Einhaltung der Prinzipien und Kriterien durch Drittparteien. Die Unternehmen, die die Prinzipien und Kriterien umsetzen und einhalten, können ihre Waren mit dem FSC-Siegel markieren und für ihre Marketingzwecke einsetzen. FSC entwickelte auch ein System für die Zertifizierung der Zwischenwaren in der Lieferantenkette. Wichtig ist dabei, dass die Herkunft des Holzes und die Stationen in der Lieferantenkette bekannt und dokumentiert sind. Das erlaubt die Verfolgung des Holzes vom Wald bis zum Regal in der Verkaufsstelle. Diese Zertifizierung ist als Chain of Custody (CoC) bekannt. Bis Ende 2012 stellte der FSC über 24000 CoC-Zertifikate aus und zertifizierte circa 170 Millionen Hektar Wald in 80 Ländern (FSC, 2013a). Das ist ca. 4% der gesamten Waldfläche in der Welt (FAO, 2011, S. 118). Auch einige Unternehmen und Lieferanten der zwei großen europäischen Konzerne IKEA und Stora Enso wurden vom FSC zertifiziert.

Die Fernsehbeiträge zum FSC, zu Stora Enso und zu IKEA sind besonders geeignet für unsere Analyse. Der FSC kann als nichtstaatlicher Akteur der transnationalen Forstgovernance den Unternehmen seine Regeln nicht aufzwingen und ist daher in besonderem Maße darauf angewiesen, dass sein Programm von Verbrauchern, Stakeholdern und Großkunden als wünschenswert und angebracht wahrgenommen wird (CASHORE et al., 2004). FSC benötigt daher Legitimität (CASHORE et al., 2004). Diese Legitimität wird in den untersuchten Berichten in Frage gestellt. Die Journalisten erwecken den Eindruck, dass FSC-zertifizierte Unternehmen in Russland, China und Schweden Ökosysteme zerstören, die Herkunft des Holzes undurchschaubar ist und dass die Verbraucher durch das FSC-Zeichen getäuscht werden. Laut der Fernsehberichterstattung werden also genau die Werte nicht respektiert, die für den FSC und die zertifizierten Unternehmen in deren Selbstdarstellung im Vordergrund stehen und in der Vision sowie der globalen Strategie des FSC und den Nachhaltigkeitsberichten der Unternehmen dargestellt werden: ökologisch verträgliche, sozial gerechte und wirtschaftlich rentable Forstwirtschaft sowie Transparenz und Unabhängigkeit der Kontrollen (FSC, 2013b, 2013c, 2013d; IKEA, 2012; STORA ENSO, 2012). Diese kritische Berichterstattung trägt zu den öffentlichen und akademischen Debatten über die Wirksamkeit und Glaubwürdigkeit der Waldzertifizierung bei (SCHEPERS, 2010). Dass diese Debatten von den Unternehmen und dem FSC als wichtig wahrgenommen werden, zeigen die Reaktionen von IKEA und FSC zu den Berichten, die öffentliche Erklärungen zu den Vorwürfen veröffentlichten und zusätzliche Kontrollen vor Ort durchführten (NEPCON, 2011; FSC, 2013e).

3. BESCHREIBUNG DER DREI FERNSEHBEITRÄGE

In die Analyse wurden drei Beiträge einbezogen, die im Jahr 2011 und 2012 im öffentlich-rechtlichen Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland gesendet wurden. Öffentlich-rechtliche Sendeanstalten sind zur objektiven Berichterstattung in besonderem Maße verpflichtet. Der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (§11) führt dazu aus: „Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.“ (LFK, 2008, S. 12). Ohne der detaillierten Analyse anhand der Erzählungen vorweg zu greifen, sollen die Beiträge in ihrem Aufbau und Inhalt zunächst kurz vorgestellt werden.

Beitrag 1: Kahlschlag für Ökoholz – Report Mainz, ARD, SWR (ausgestrahlt am 14.2.2011, 7 Minuten)

Das Fazit des Beitrages wird bereits aus dem Titel („Kahlschlag für Ökoholz“) offensichtlich (SWR, 2011). In der Anmoderation wird auf den Stellenwert von Prüfsiegeln für umweltbewusste Käufer hingewiesen und die Funktion des FSC auf die Garantie einer umweltverträglichen Holznutzung reduziert. „Kahlschlag“ steht für das Szenario, das eigentlich vermieden werden soll.

Durch den Titel wird also bereits ein Negativ-Urteil zur Vertrauenswürdigkeit des FSC-Siegels vorweggenommen, das in der Anmoderation zusätzlich bestätigt wird.

Der Beitrag beginnt mit wunderbaren Landschaftsaufnahmen, untermauert mit Begriffen wie „einzigartige Natur“, „unberührter Wald“ und „Lunge der Erde“. Das FSC-Siegel wird als mögliches Einkaufskriterium etabliert. Ein kurzer Ausschnitt aus einem Imagefilm von FSC zeigt die schonende Nutzung von Wäldern. FSC stehe für „behutsames Forsten“ und die „Schonung von Altbeständen“, sowie „seltene Arten“, so einige Aussagen aus dem Imagefilm. Szenenwechsel – Diese Idylle wird jäh durch einen arbeitenden Harvester unterbrochen: „900 Bäume, teilweise Jahrhunderte alt, werden in einem intakten Ökosystem mit vom Aussterben bedrohten Arten pro Tag geerntet“, lautet die Aussage zu den gezeigten Bildern. Ein Wissenschaftler (Universitätsprofessor für Waldökologie, Forst- und Holzwirtschaft), der, so zeigt es eine Szene, den Kahlschlag als Thema in einer Vorlesung behandelt, betrachtet die Videoaufnahmen und fällt ein Urteil: Das Ökosystem, benachbarte Ökosysteme und der Boden würden zerstört, es komme zur Ausgasung von CO₂ und es erfolge ein massiver Eingriff in den Wasserhaushalt. Das sei weit davon entfernt nachhaltig zu sein, so der Wissenschaftler. Kahlschlagbilder verdeutlichen die Aussagen, dass es um Holzerntemasse gehe und dass sogar sehr alte Bäume mitgenommen würden. Die Journalisten nehmen die Spur auf. Stora Enso hat das FSC-Siegel und wirbt damit. Der örtliche Waldexperte kommt nun ins Bild. Als ehemaliger Mitarbeiter von Stora Enso kennt er die Interna und attestiert, dass aus schützenswerten Naturwäldern kahle Flächen würden, aus Jahrhunderte alten Wäldern „totes Gelände“. In den folgenden Bildern sieht man die „massenhaft abgeernteten“ Flächen. Der Konzern wird zu den Vorwürfen befragt. Der weist diese zurück, das Fällen werde kontrolliert und sei nachhaltig. Der lokale Waldexperte bezeichnet diese Form der Bewirtschaftung als Verwüstung. Im Folgenden wird der Geschäftsführer des FSC Deutschland mit den Videoaufnahmen konfrontiert. Auf die Aussagen, dass hier Bäume gefällt würden, die 100, 150, 170 Jahre alt sind und bedrohte Arten der Roten Liste gefährdet würden, versucht er, Forstwirtschaft, also auch die Nutzung von alten Bäumen, zu begründen und fordert eine differenzierte Betrachtung von Kahlschlag. Der erneut eingeblendete Waldökologie-Professor sagt, es sei ihm ein Rätsel, wie das FSC-Siegel da (Schweden) hinkäme. Er stelle auf den ersten Blick fest, dass dies keine nachhaltige Waldbewirtschaftung sei. Das würden auch seine Studenten im ersten Semester erkennen, so der Wissenschaftler. Der Harvester kommt wieder ins Bild. Es wird problematisiert, dass das Zertifizierungsverfahren vom Auftraggeber finanziert wird. Der FSC Deutschland weist auf die Umwelt- und Sozialkammer im FSC hin. Der Professor identifiziert den Mechanismus als eindeutig nicht zielführend: „Man wird bezahlt, will den nächsten Auftrag.“ Er wolle nichts unterstellen, aber dieses Vorgehen habe mit Objektivität vergleichsweise wenig zu tun. Fazit der Journalisten: Das Ökosiegel werde von der Holzindustrie finanziert. Es stehe für Abholzung, und umweltbewusste Verbraucher werden getäuscht.

Beitrag 2: IKEA-Möbel: Holz aus Urwäldern – Plusminus, ARD (ausgestrahlt am 02. 11. 2011, 8 Minuten)

In der Anmoderation wird bereits die zentrale Frage formuliert, ob Natur und günstige Preise miteinander vereinbar seien (ARD, 2011). Am Anfang werden wunderbare Bilder gezeigt: Urwald in Nordrussland und 600 Jahre alte Bäume. Eine Karte wird eingeblendet und auf den unschätzbaren Wert der borealen Wälder für das Weltklima hingewiesen. In einem IKEA-Warenhaus fährt die Kamera durch die Verkaufshallen. Der Begleitkommentar lautet: „Viel Holz für wenig Geld ... und wo bleibt der Urwald?“ Die Frage deutet den möglichen Raubbau an. Die Kunden im Interview geben sich ahnungslos. Der IKEA-Katalog wird zitiert: „Wer die Welt verändern will, muss bei sich selbst anfangen“. Im Laden befragt das Kamerteam die Kunden zu einem Angebot von IKEA: Jokkmokk – ein Tisch mit vier Stühlen für 119 €. Auf einem Schild steht, dass das Holz aus Russland stamme. Die Kunden kommen zu Wort und aus den Einzelaussagen wird die These formuliert: „Massiv, preisgünstig, zu billig, um nachhaltig zu sein“. Es wird dargestellt, dass IKEA eigene Förster habe, eine eigene Produktion und ein Umweltzertifikat mit Kontrolle. In Polen finde Einzelbaumnutzung statt, das Zertifikat werde dort zu recht vergeben. Der Weg der Journalisten führt nach Karelien, Russland, zu Swedwood, einem Tochterunternehmen von IKEA. Sicherheitskräfte verweigern den Zugang. Für die Zuschauer entsteht dadurch der Verdacht, dass etwas verheimlicht wird, es nicht mit rechten Dingen zugeht. Im Ministerium erhalten die Journalisten die erforderlichen Informationen, wo die Pachtflächen von IKEA liegen. Der Weg zu den von Swedwood genutzten Flächen führt über schlechte Straßen. Schilder an den Bäumen liefern die erforderliche Orientierung, so der Kommentar eines Begleiters. In einer gezeigten Karte sind alle schützenswerten Bereiche gekennzeichnet. Die Kamera zeigt eine Kahlschlagfläche. Das kann als ein Indiz für Missstände interpretiert werden. Szenenwechsel – ein Wissenschaftler (Universitätsprofessor für Waldwachstum) begutachtet eine Stammscheibe aus Karelien und stellt ein Alter von 200 Jahren fest. Zurück zum Kahlschlag. Es wird im Begleitkommentar gesagt, dass der Kahlschlag zusammen mit dem Harvester und den niedrigen Arbeitslöhnen kostengünstig sei. Im Interview äußern Arbeiter, dass es ihnen um den Wald leid tue, jedoch alternative Arbeitsplätze fehlten. Es heißt, der Harvester ernte 800 Bäume pro Tag und hinterlasse Spuren im Boden, so der Begleitkommentar. Der erneut eingeblendete Wissenschaftler unterscheidet zwischen stabilen und labilen Lagen und attestiert schließlich, dass in Feuchtgebieten die Spuren über Jahrzehnte sichtbar blieben. IKEA nimmt in einer Stellungnahme die Vorwürfe ernst. Im Begleitkommentar wird darauf hingewiesen, dass der FSC nicht abstreite, dass schützenswerte Wälder eingeschlagen würden. Swedwood weist darauf hin, dass 35 % der Wälder geschützt seien. Das Zitat der FSC-Statuten „besonders schützenswerter Wald wird erhalten“ wird

³⁾ Der Preis für Jokkmokk variiert in den Beiträgen zwischen 119 € und 99 €.

vom Bild eines Kahlschlags hinterlegt, die Wahrheit der Aussage somit in Frage gestellt. Zuletzt treffen die Journalisten zufällig auf den zuständigen vom FSC akkreditierten Zertifizierer, der die Waldbewirtschaftung bei Swedwood überprüft. Er sagt, dass er keine Auskunft geben dürfe. Das Zitat aus dem Katalog wird wiederholt und mit dem Hinweis versehen „In Karelien wird eine heile Welt verändert“.

Beitrag 3: Markencheck: Der IKEA-Check, ARD, 1LIVE/WDR (ausgestrahlt am 14. 8. 2012, 45 Minuten)⁴⁾

Dieser Beitrag ist ein Teil einer Reihe, die sich mit einem Markencheck größerer, meist ausgesprochen populärer Marken auseinandersetzt (WDR, 2012). Anhand von unterschiedlichen Kriterien werden der Konzern bzw. seine Produkte bewertet. Ein Bewertungskriterium für IKEA war die Herkunft des Holzes.

Ausgangspunkt der Betrachtung bildet ein Tisch mit vier Stühlen aus massiver Kiefer, der für 99 € angeboten wird (Produktbezeichnung Jokkmokk). Zunächst werden Kunden befragt, die sich dahingehend äußern, dass dieser Preis günstig erscheine. Daraufhin wird die These formuliert, dass der Preis unter den Produktionskosten liegen könne. Ein Wissenschaftler (Universitätsprofessor für Waldökologie, Forst- und Holzwirtschaft) tritt auf. Er packt ein Paket mit dem Jokkmokk Tisch aus, wiegt das Kieferholz und schätzt den Preis „vorsichtig“ auf 90 bis 120 €. Bestätigt wird dieses Ergebnis durch einen Schreiner, der den IKEA-Preis nicht nachvollziehen kann. Der Wissenschaftler taucht nun ein zweites Mal auf und erweitert die These: Es komme darauf an, aus welchen Quellen das Holz stamme. Er bezweifelt, dass es tatsächlich aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung kommen könne. Es wird festgehalten, dass die Holzherkunft das entscheidende Kriterium sei. Ein Sägewerk in Schweden von der Firma Swedwood wird kurz eingeblendet, um dann in der Berichterstattung auf ein anderes Prüfkriterium des Markenchecks einzugehen. Bei der Wiederaufnahme des Themas wird die Frage gestellt, wie IKEA die Herkunft seines Holzes kontrolliere. Der interviewte Waldbeauftragte von IKEA gibt hierzu einige Erläuterungen und weist auf die Prüfung durch Dritte hin. Das nächste Bild zeigt eine selektive Nutzung durch einen Harvester in Polen und wird mit der Information verknüpft, dass hier durch die FSC-Zertifizierung die Herkunft jedes Baumes nachvollziehbar sei. Allerdings würden in Polen nur wenige Möbelstücke hergestellt. Es wird gefragt, wie es im Falle von Jokkmokk sei. Mit Hilfe einer Grafik wird kurz erläutert, was FSC-Mix⁵⁾ bedeutet. Der erneut auftretende Wissenschaftler erläutert nun seine Auffassung über FSC-Mix und unterstellt, dass der größere Anteil vom Holz für den Jokkmokk-Tisch zwar aus gesicherten Quellen stamme, jedoch keine Aussagen darüber getro-

⁴⁾ Wir analysieren nur die Beitragsabschnitte, die sich mit der Holzherkunft und FSC-Zertifizierung auseinandersetzen (Gesamtlänge ca. 8 von 45 Minuten).

⁵⁾ FSC-Mix beschreibt, dass ein gewisser Materialanteil in Holzprodukten aus gesicherten Quellen, die von FSC kontrolliert werden, jedoch nicht aus zertifizierten Betrieben stammt.

fen werden könne, wie diese Quellen kontrolliert würden. Aufgrund der engen Jahrringe im Holz kommt er zum Schluss, dass es aus kälteren Bereichen stamme. Der Produkthinweis „Made in China“ macht die Sache für die Journalisten noch merkwürdiger. Woher stammt das Holz? Zur Aufklärung dieser Frage wird eine wissenschaftliche Isotopenprüfung beim TÜV-Rheinland in Auftrag gegeben. Der wieder eingeblendete Wissenschaftler äußert die Vermutung, dass das Holz aus Russland stammen könne, einem laut Begleitkommentar „durch Raubbau besonders gefährdeten Gebiet“. Eine Karte mit den borealen Wäldern wird gezeigt und deren Bedeutung für das Weltklima hervorgehoben. Der Begleitkommentar fährt fort, die russische Gesetzgebung erlaube sehr große Kahlschläge und illegaler Holzeinschlag sei an der Tagesordnung. Der TÜV-Rheinland bestätigt die These, dass es sich um boreales Holz aus Sibirien handle. Der Waldbeauftragte von IKEA, auf diesen Sachverhalt der Holzherkunft angesprochen, verweist schriftlich darauf, dass es sich bei Auskünften zu Lieferanten um sensible Wirtschaftsdaten handle, die er nicht preisgeben dürfe. Das erweckt den Eindruck, die Sachlage sei nicht transparent. Ein Auszug aus dem IKEA Sustainability Report 2010, in dem IKEA auf das Problem der illegalen Holznutzung und nicht nachhaltige forstliche Nutzungen hinweist, wird eingeblendet. Der Waldbeauftragte von IKEA äußert sich zur Firmenpolitik, in der es um die Herstellung von erschwinglichen Möbeln gehe. Der Wissenschaftler tritt wieder auf und fasst zusammen: Der Preis für den Tisch mit vier Stühlen sei für ihn nur sehr schwer mit nachhaltiger Waldbewirtschaftung und den Umwelt- und Sozialstandards der Holzindustrie in Verbindung zu bringen. Ein mit Holz beladener Zug auf dem Weg nach China wird gezeigt. Das Fazit des Beitrags lautet, die Holzherkunft sei „oft undurchschaubar“.

4. KRITIK ALS ERZÄHLUNG ÜBER EINE ERZÄHLUNG

Im Folgenden wird der Ausdruck „Erzählung“ nicht nur als Oberbegriff für geschriebene und gesprochene Texte, sondern auch für Filmbeiträge angewandt, sofern die Minimalbedingung erfüllt wird, dass sie eine auf ein Thema bezogene Ganzheit mit einer Handlung bilden. Analysen wie die von KRÜTZEN (2010; 2011) zeigen, wie fruchtbar Fachbegriffe der Erzähltheorie für Filme gemacht werden können.

In den drei Fernsehbeiträgen beleuchten Journalisten kritisch die Aussagen von IKEA, FSC und Stora Enso, die diese über ihr Handeln im Bereich Forstwirtschaft und Holzprodukte treffen. Aufgrund dessen lässt sich die Ebene einer kritisierenden von der einer kritisierten Erzählung unterscheiden, das heißt, im Grunde handelt es sich bei den Sendungen um Erzählungen über Erzählungen.

Für die Analyse wird mit den Mitteln der narrativen Semiotik die Tiefenstruktur der kritisierenden und der kritisierten Erzählung und wie die eine sich auf die andere bezieht aufgezeigt. Das ermöglicht unter anderem, ein differenziertes Bild der kritischen Bezugnahme zu zeichnen, mit der in den vorliegenden Fällen eine

Delegitimation der Autoren der kritisierten Erzählung verbunden ist. Dadurch kann zum Beispiel gezeigt werden, dass nicht alle Elemente der kritisierten Erzählung abgelehnt, sondern im Gegenteil einige davon unterstrichen werden, um die Kritik desto deutlicher hervortreten zu lassen.

4.1 Das Aktantenmodell der narrativen Semiotik nach GREIMAS

Die narrative Semiotik der Pariser Schule⁶⁾ geht davon aus, dass Erzählungen, egal welche Inhalte sie transportieren und wie sie auf der Wortebene sprachlich gestaltet und ausformuliert werden, eine zumindest genre-typische, d. h. alle Texte einer Textgattung betreffende, gleichbleibende Tiefenstruktur aufweisen. Durch die Orientierung an dieser Tiefenstruktur werden Analysen möglich, die unabhängig von rhetorischen Figuren und sprachlichen oder anderen Ausdrucksmitteln funktionieren.

Die folgende Tiefenstrukturanalyse orientiert sich am Aktantenmodell der narrativen Semiotik. „Aktanten“ stellen strukturell und funktionell grundlegende Rollen- oder Positionsverteilungen in einer Erzählung dar (GREIMAS, 1972 (1966), S. 175).

GREIMAS (1972 (1966), S. 180) unterscheidet sechs Aktanten: Subjekt („sujet“), Objekt („objet“), Sender („destinateur“), Empfänger („destinataire“), Helfer („adjuvant“) und Widersacher („opposant“) (vgl. ARNOLD, 2012, S. 20–25; VIEHÖVER, 2011, S. 213–215; als Beispiel der Anwendung der Aktantenstruktur auf Klimawandel-Narrationen vgl. VIEHÖVER, 2012b).⁷⁾

Die Aktantenrollen der Tiefenstruktur werden in der Erzählung auf der wörtlichen Ebene, der sogenannten „Textoberfläche“, von bestimmten „Akteuren“ ausgefüllt. Der Begriff „Akteur“ mag nahelegen, dass es sich dabei um Figuren oder Charaktere in einer Erzählung handelt, sogenannte „dramatis personae“. Es ist jedoch irreführend anzunehmen, dass es sich bei ihnen um Personen handeln muss. Auch Werte, Gegenstände oder Sachverhalte können unter anderem als Akteure Aktantenpositionen einnehmen. Außerdem können mehrere Akteure (sukzessive oder gleichzeitig) eine Aktantenrolle besetzen beziehungsweise ein Akteur (gleichzeitig oder sukzessive) mehrere Aktantenpositionen ausfüllen (GREIMAS und COURTÉS, 1979, S. 7; VIEHÖVER, 2011, S. 214–215).

In welchem Verhältnis stehen nun die Aktanten zueinander? Zentral ist die Beziehung zwischen dem Subjekt und dem Objekt. Das Subjekt will das Objekt erringen,

erhalten oder retten, das ihm entsprechend begehrenswert, wertvoll und bedroht erscheint. Das Subjekt ist sozusagen der Held der Erzählung. Es steht dabei mit dem Sender in Beziehung, dessen „Auftrag“ es im Rahmen einer Selbstverpflichtung angenommen hat. Der Sender repräsentiert allgemein handlungsleitende Werte und Motive. Auf dem Weg zum Objekt erfährt das Subjekt Unterstützung vom Helfer und es trifft auf Hindernisse beziehungsweise erfährt Schwierigkeiten durch den Widersacher. Letztlich steht der Helfer für Ressourcen und Kompetenzen (Wissen und Können) des Subjekts, der Widersacher für einen Mangel an diesen (s. *Abbildung 1*). Bei Zielerreichung profitiert der Empfänger vom Erfolg, da er das Objekt erhält. Der Empfänger könnte das Subjekt selbst sein oder jemand anderer (vgl. ARNOLD, 2012, S. 20–25).

Neben diesen Aktanten der Narration („actants de l'énoncé“) gibt es auch Aktanten der Kommunikation („actants de l'énonciation“), nämlich den Erzähler („narrateur“), den Zuhörer („narrataire“) sowie die Erzählung („narration“), die das kommunizierte Objekt darstellt (GREIMAS und COURTÉS, 1979, S. 3). Die erstgenannten Aktanten betreffen die Struktur der Erzählung, die zweiten dagegen den Vorgang des Erzählens. Während die Aktanten der Narration die Ebenen der Tiefenstruktur der kritisierenden und kritisierten Erzählung betreffen, beziehen sich die Aktanten der Kommunikation auf den Kommunikationsakt bei der Ausstrahlung und Betrachtung des jeweiligen Fernsehbeitrags.

GREIMAS ist überzeugt, dass das Aktantenmodell die narrative Grundstruktur menschlichen Handelns und Weltverstehens aufzeigt einschließlich der darin enthaltenen Wertvorstellungen: So sind vereinfacht gesagt zum Beispiel das Subjekt und sein Helfer die Guten, der Widersacher der Böse und das Objekt das Wertvolle, Gefährdete beziehungsweise Schützenswerte (zur grundlegenden Bedeutung von Narrationen für Denken, Wahrnehmen und Handeln s. MITCHELL, 1981; BRUNER, 1998, S. 51–52; VIEHÖVER, 2011).

Laut SOMERS (1994, S. 617–620) sind öffentliche Narrationen mit kulturellen und sozialen Formationen verbunden, die das einzelne Individuum übersteigen und von Familien über Organisationen bis hin zu Nationen reichen. Diese Narrationen werden im öffentlichen Raum kommuniziert (SOMERS, 1994, S. 618). Dabei kommt den öffentlichen Medien eine besondere Rolle zu. Journalisten wirken maßgeblich dabei mit, welche Themen in der Öffentlichkeit wie abgehandelt werden, beziehungsweise welche der miteinander konkurrierenden Erzählungen verschiedener öffentlicher Akteure zu einem Thema bevorzugt und reproduziert werden (vgl. VIEHÖVER, 2012a, S. 76–77, 2011, S. 200).

SOMERS (1994, S. 619–620) unterscheidet außerdem sogenannte „Metanarrative“, die große umfassende Meistererzählungen darstellen. Dabei kann es zum Beispiel um das Drama zwischen Kommunismus und Kapitalismus, Individuum und Gesellschaft, Natur und Kultur oder um Prozesse wie Industrialisierung oder Modernisierung gehen (vgl. VIEHÖVER, 2012a, S. 77). Nach VIEHÖVER (2011, S. 201) bezieht sich fast jede thematische Narration auf eine Meta-Narration. In

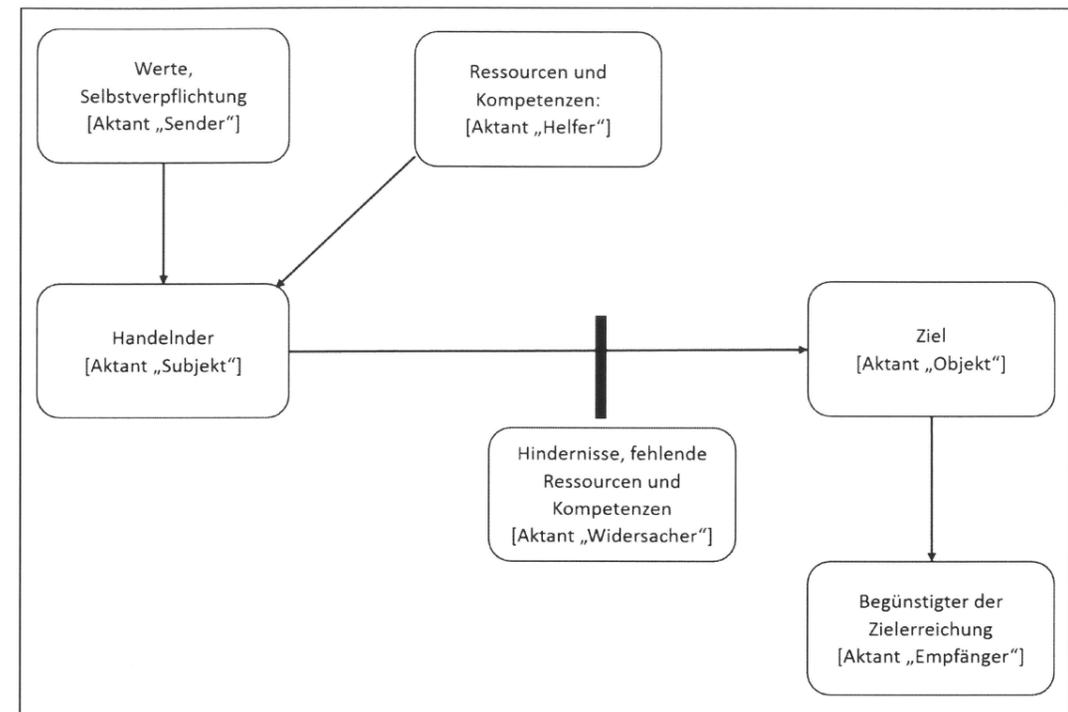


Abb. 1

Aktantenstruktur der Erzählung mit Erläuterung der Aktantenrollen.
Actant Structure of a Story with an Explanation of Actants' Roles.

Anlehnung an dieses Konzept sollen die mit dem investigativen Journalismus verbundenen Stereotype und weit verbreiteten Vorstellungen als Metanarrativ bezeichnet werden.

Im Metanarrativ des investigativen Journalisten ist implizit enthalten, dass der Schein aufgedeckt und als solcher entlarvt werden muss. Es muss also die Ebene des Scheins (plan phénoménal) durchstoßen werden, um zur Ebene des Seins (plan nouménal) zu gelangen (GREIMAS, 1976 in KIM, 2002, S. 115).

So schreibt LUDWIG (2005: 122–123) im „Handbuch Journalismus und Medien“, dass „investigativ“ nicht nur möglichst umfassende und gründliche Recherche impliziert: „Vielmehr bedeutet investigativer Journalismus

vor allem auch Recherchieren und Schreiben gegen Widerstände und Barrieren. Dies ergibt sich zum einen aus der grundsätzlichen Aufgabe von Medien, die u. a. auch eine Kritik- und Kontrollfunktion (watch dog) übernehmen (sollen) [...]. Aus der Sicht der Betroffenen handelt es sich regelmäßig um ‚unerwünschte‘ Recherchen und Veröffentlichungen. Insbesondere, weil die intensiven und meist auch langwierigen Nachforschungen oftmals tief in das Innere vorstoßen, z. B. in die Praktiken eines Organisationssystems oder in sogenannte Geschäftsgeheimnisse usw. dringen (können)“ (LUDWIG, 2005, S. 122–123, Hervorhebungen im Original).

Diese vielleicht etwas idealisierende Beschreibung lässt sich im Aktantenschema der narrativen Semiotik

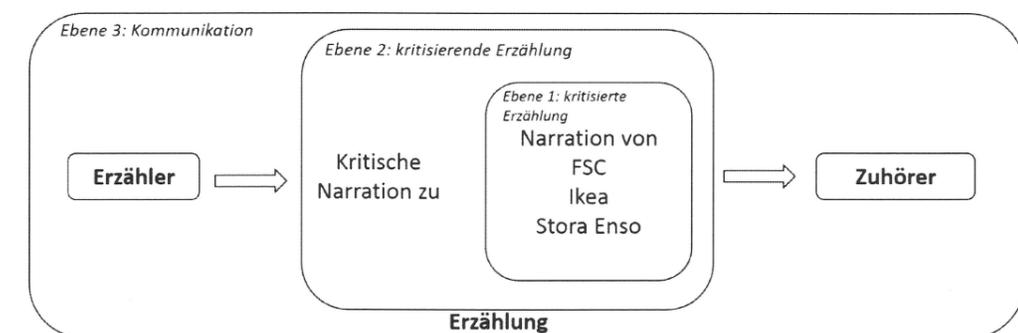


Abb. 2

Die Ebenen der Kommunikation und Narration der Fernsehbeiträge.
Communication and Narration Levels of the Television Reports.

⁶⁾ Mit „Pariser Schule“ wird die Richtung der narrativen Semiotik bezeichnet, die maßgeblich von ALGIRDAS J. GREIMAS und seinen Kollegen und Schülern entwickelt wurde.

⁷⁾ Jeweils bei der Einführung der deutschen Bezeichnungen wird in Klammern die französische Originalterminologie angegeben wie sie auch im „Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage“ (GREIMAS und COURTÉS, 1979) aufgeführt ist. In der deutschen Literatur kursieren verschiedene Übersetzungen wie z. B. „Opponent“, „Widersacher“, „Bösewicht“ etc. für „opposant“. Die französischen Termini dienen dazu, Eindeutigkeit herzustellen.

(GREIMAS, 1972 (1966), S. 180) folgendermaßen darstellen: Der Journalist ist das Subjekt, der Held, der das von ihm begehrte Objekt, die Wahrheit, erlangen will. Als Sender, also als Werte, denen er sich laut Metanarrativ verpflichtet fühlt, können im Sinne einer Identifizierung mit der Kritik- und Kontrollfunktion Wahrheitsliebe und Aufdeckungseifer angenommen werden. All die persönlichen Eigenschaften, Sachverhalte, Personen und Dinge, die ihn bei seiner Wahrheitssuche unterstützen, sind seine Helfer, während Fehlinformationen, Geheimniskrämerei oder Verbote seine Widersacher repräsentieren. Der Empfänger und Nutznießer des erlangten Objekts ist schließlich die Öffentlichkeit, was den Journalisten letztendlich zu einem altruistischen Helden macht.

Fasst man das vorher Gesagte zusammen, ergibt sich folgende Analysekonstellation (siehe *Abbildung 2*): Eine öffentliche Narration bestimmter Erzähler (Ebene 1), wie die von IKEA, Stora Enso oder FSC, wird in einer investigativen Narration (Ebene 2) durch Journalisten thematisiert, kritisiert und in einem Fernsehbeitrag kommuniziert. Die Fernsehsendung als solche ist ein Kommunikationsakt, in dem Journalisten als Aktant „Erzähler“ den Fernsehzuschauern als Aktant „Zuhörer“ den Fernseh-Beitrag als „Erzählung“ übermitteln (Ebene 3). Die Fernsehsendung stellt dabei eine öffentliche Narration dar, die auf das kulturell etablierte Metanarrativ des investigativen Journalismus zurückgreift.

5. EBENE 1: DIE KRITISIERTE ERZÄHLUNG

Aus den Fernsehbeiträgen lässt sich folgende Aktantenstruktur der kritisierten Erzählungen herausarbeiten (siehe *Tabelle 1*): In allen drei Fällen geht es dem jeweiligen Subjekt, das ist die Organisation IKEA, FSC oder Stora Enso, um das Objekt „Wald“. Es will sicherstellen, dass der Wald nachhaltig bewirtschaftet wird und die für den Verkauf vorgesehenen Holzprodukte aus solcherart bewirtschafteten Wäldern stammen.⁸⁾ Davon profitieren als Aktant „Empfänger“ der Wald selbst, speziell der „boreale alte Wald“ und die Kunden, die guten Gewissens die Produkte kaufen können. Die Werte, also der Aktant „Sender“, denen sich das Subjekt verpflichtet, sind Produktverantwortung sowie Transparenz und Ehrlichkeit gegenüber dem Kunden. Hohe Nachfrage nach Holz, Preisdruck sowie Korruption und illegaler Holzeinschlag in den Ursprungsländern und im Falle von FSC die (vorgebliche) Abhängigkeit von der Finanzierung durch die Zertifikatskunden, machen es dem

⁸⁾ IKEA, FSC und Stora Enso sind Figuren der Erzählung auf Ebene 1 und besetzen darin die Position des Aktanten „Subjekt“. Zuschreibungen, wie z.B. dass sie Wald nachhaltig bewirtschaften wollen, sind Inhalt der Erzählung. Ob das der Wirklichkeit entspricht oder nicht, ist nicht Gegenstand der Betrachtung und es wird hier keine Aussage darüber getroffen. Auch wenn die Erzählung von IKEA, FSC und Stora Enso (Ebene 1) innerhalb der Fernsehbeiträge dargestellt wird (Ebene 2), entstammt sie (bei korrekter Recherche) ursprünglich Kommunikationsakten der drei Firmen.

Tab. 1

Aktantenstruktur der Narrationen von IKEA, FSC und Stora Enso laut Berichterstattung in den Fernsehbeiträgen.
Actant Structure of the Narration by the FSC, IKEA and Stora Enso in the Television Reports from the Perspective of Reporters.

Aktant	Akteure der FSC-Story in „Kahlschlag für Ökoholz“ (SWR 2011)	Akteure der IKEA-Story in „IKEA-Möbel: Holz aus Urwäldern“ (ARD 2011)	Akteure der IKEA-Story in „Der IKEA-Check“ (WDR 2012)
Sender	Verantwortung für den Wald Ehrlichkeit (Transparenz)	Produktverantwortung Ehrlichkeit (Transparenz)	Produktverantwortung Ehrlichkeit (Transparenz)
Subjekt	FSC Stora Enso	IKEA	IKEA
Objekt	nachhaltige Waldbewirtschaftung Wald	Holzprodukte aus nachhaltiger Bewirtschaftung Wald	Holzprodukte aus nachhaltiger Bewirtschaftung Wald
Helfer	Zertifizierungskunden Umweltkammer im FSC	FSC Swedwood eigene IKEA-Forstexperten	FSC Swedwood IKEA-Forstexperte Positiv-Beispiel Wald in Masuren (Polen)
Widersacher	Finanzielle Abhängigkeit von Zertifizierungskunden	hohe Nachfrage Preisdruck Korruption, Verbrechen	hohe Nachfrage Preisdruck
Empfänger	Wald Kunde (gutes Gewissen)	borealer alter Urwald Kunde (gutes Gewissen)	borealer alter Urwald, Kunde (gutes Gewissen)

jeweiligen Subjekt schwer, sein Ziel zu erreichen und repräsentieren den Aktant „Widersacher“. Der FSC als Zertifizierer, die Tochterfirma Swedwood beziehungsweise eigene Forstexperten und Waldbeauftragte stehen IKEA als Aktant „Helfer“ zur Seite. Der FSC wird in seiner Mission durch Kunden unterstützt, die sich durch ihn zertifizieren lassen, sowie durch die Umweltkammer im FSC, die der einseitigen Einflussnahme durch die Wirtschaft auf Kosten von Natur und Umwelt entgegenwirken soll.

6. EBENE 2: DIE KRITISIERENDE ERZÄHLUNG

Die oben genannten Erzählungen werden im Fernsehbeitrag unter anderem durch die Stimme aus dem Off, Aussagen von Interviewpartnern oder eingblendete Textpassagen dargestellt. Die jeweilige Schilderung ist der Ausgangspunkt für deren kritische Betrachtung. Die Kritik beleuchtet zwar denselben Sachverhalt, kommt aber zu einer anderen Erzählung, die den Anspruch erhebt, wirklichkeitsgetreuer zu sein als die kritisierte Erzählung. Im Zuge der Kritik entsteht also eine konkurrierende Gegenarration. Dadurch, dass die kritisierten Erzählungen zum Gegenstand der Berichterstattung und damit der Analyse und Beurteilung werden, bezieht die journalistische Narration eine übergeordnete Position. Das Verhältnis ist asymmetrisch zugunsten der journalistischen Erzählung.

6.1 Umgang mit Aktanten der kritisierten Erzählung (aus Ebene 1)

In der Kritik wird mit den Aktanten der kritisierten Erzählung differenziert umgegangen. Einige der Akteure der jeweiligen Aktantenposition werden bestätigt oder gestärkt, andere geschwächt oder relativiert. So werden die Akteure der Aktanten „Sender“, „Objekt“ und „Empfänger“ in ihrer Bedeutung hervorgehoben, Widersacher-Akteure in ihrer Wirkungsmächtigkeit unterstrichen, die der Akteure des Aktanten „Helfer“ jedoch angezweifelt.

(1) Konstruktion von Fallhöhe durch Stärkung der Aktanten „Sender“, „Objekt“ und „Empfänger“ der kritisierten Erzählung

Der Wald nimmt in der kritisierten Erzählung die Aktantenposition „Objekt“ und „Empfänger“ ein. In einer kurzen Darstellung wird in den Fernsehbeiträgen unterstrichen, wie wertvoll und wichtig Wälder, insbesondere die ausgedehnten borealen alten Urwälder sind, um zum Beispiel den Klimawandel zu mindern oder als Lebensraum für seltene Arten zu dienen (ARD, 2011, Minute 0:48-1:10; SWR, 2011, Minute 0:36-0:45; WDR 2012: Minute 27:18-27:26). Kurz darauf werden Gefährdungen dieses als wertvoll vorgestellten Objektes präsentiert. Es wird von Raubbau und illegalen Holzfällungen gesprochen und Bilder von Fällungen, Kahlschlägen und Maschineneinsatz gezeigt (ARD, 2011, Minute 0:48-1:10; SWR, 2011, Minute 1:37-2:00; WDR, 2012, Minute 27:26-27:37). Die Darstellung des Waldes als wertvolles und gefährdetes Gut erhöht die Relevanz der Thematik und damit die der Reportage. Es wird aber auch gezeigt, dass das Zulassen oder Verursachen von Gefährdungen kein

moralisch kleines Vergehen darstellt. Man könnte sagen, dass durch diese Darstellungsweise eine entsprechende Fallhöhe geschaffen wird (vgl. FRIEDL, 2013, S. 49–50).

Ähnlich verhält es sich mit dem getäuschten Verbraucher (Aktant „Empfänger“). In „Kahlschlag für Ökoholz“ lautet die Eingangsbehauptung, dass viele Verbraucher, vor allem die, die verantwortungsvoll einkaufen wollen, auch nach Prüfsiegeln schauen (SWR, 2011, Minute 0:03-0:10 und 0:48-1:00). Deren moralisches Anliegen wird vereitelt, wenn das Siegel nicht für das steht, wofür es stehen soll, was das Gewicht der Täuschung und des Vertrauensbruchs noch weiter erhöht.⁹⁾

Nach der Bestätigung, dass Transparenz und Produktverantwortung wichtige Werte sind, die ethisch geboten sind (Aktant „Sender“), wird bezweifelt, dass das Subjekt der Erzählung (beispielsweise FSC) der postulierten Selbstverpflichtung gerecht wird. So heißt es zum Beispiel in „Kahlschlag für Ökoholz“: „FSC steht also dafür, in Wäldern nur behutsam zu forsten, schützenswerte, alte Bestände zu schonen, seltene Arten zu erhalten. Doch was ist das Versprechen wert?“ (SWR, 2011, Minute 1:25-1:36) Hinweise darauf, dass das nicht geschieht, deuten auf einen Bruch dieses Versprechens hin und mindern entsprechend die Vertrauenswürdigkeit der Akteure.

(2) Schwächung des Aktanten „Helfer“ der kritisierten Erzählung

Der Aktant „Helfer“ der kritisierten Erzählung steht für die Kompetenz und die Ressourcen des Subjekts, die ihm zur Verfügung stehen, um die „Mission“ zu erfüllen. Können hier Schwächen nachgewiesen werden, kommt die postulierte Erfolgsgeschichte ins Wanken. Daher werden die Akteure des Aktanten „Helfer“ besonders kritisch betrachtet, ihre Wirksamkeit relativiert, ihr Vorhandensein vielleicht sogar ausgeblendet.

Hierzu sei aus „Der IKEA-Check“ ein Beispiel für die Darstellung eines Helfer-Akteurs der thematisierten Story mit dessen anschließender Schwächung beziehungsweise Relativierung herangezogen. Es geht im Film zu diesem Zeitpunkt um das Versprechen nachhaltiger Waldbewirtschaftung: „IKEA nennt als Beispiel die Wälder Masurens. Polen ist ein wichtiger Standort für IKEA. Und fast das gesamte Holz, das IKEA aus Polen bezieht, ist mit dem Umweltsiegel FSC zertifiziert. Heißt: Die Herkunft praktisch jedes einzelnen Baumes ist nachvollziehbar. Klingt gut. Aber hier in Wielbark, drei Stunden nördlich von Warschau, werden nur fünf Möbelstücke hergestellt. Was aber ist mit dem großen Rest?“ (WDR, 2012, Minute 24:34-25:09).

Eine weitere Möglichkeit, den Aktant „Helfer“ zu schwächen, ist, entsprechende Akteure einfach zu verschweigen. Da die kritisierte Erzählung von den Jour-

⁹⁾ Die Studie von GAGGERMEIER und SUDA (2010) hat allerdings gezeigt, dass die wenigsten Verbraucher auf solch ein Siegel achten. In „Der IKEA-Test“ werden unwissende Verbraucher vorgestellt (ARD, 2011, Minute 1:15-1:30), die sich nicht an der Zertifizierung orientieren, und damit ein gegenteiliges Konsumentenbild gezeichnet.

nalisten dargestellt wird, haben diese die Kontrolle darüber, was geschildert und was verschwiegen wird. Ein vorenthaltener Helfer-Akteur muss erst gar nicht relativiert werden, da er in der Erzählung nicht vorhanden ist. Wenn etwas in einer Erzählung nicht vorhanden ist, ist es allerdings auch einer narrativen Analyse im Grunde nicht zugänglich. Man muss eine Alternativ-Erzählung zum selben Gegenstand dagegen halten, um anhand von Diskrepanzen nicht Geschildertes identifizieren zu können. Dazu muss über den Inhalt der hier analysierten Fernsehbeiträge hinausgegangen werden und zum Beispiel direkt Kommunikationen (Dokumente) der Erzähler der kritisierten Erzählung herangezogen werden.

Betrachten wir hierzu ein Beispiel im Beitrag „Der IKEA-Check“ (WDR, 2012). In der Sendung wird ein Text eingeblendet und vorgelesen, der als Zitat aus dem IKEA-Nachhaltigkeitsbericht vorgestellt wird. Im Hintergrund wird die Titelseite des Berichts aus dem Jahr 2010 gezeigt und eine Textseite, die aber aufgrund Unschärfe und niedriger Auflösung nicht entziffert werden kann. Der Nachhaltigkeitsbericht ist auf Englisch, der eingeblendete Text aber auf Deutsch und damit vermutlich eine Übersetzung, die von den Autoren stammt. „Um unsere niedrigen Preise anbieten zu können, müssen wir weltweit Holz einkaufen. Das bedeutet auch, dass wir Holz aus Regionen beziehen, in denen illegal gefällt wird und andere nicht nachhaltige Forstwirtschaftspraktiken herrschen.“ (WDR, 2012, Minute 28:30) Ein gleichsinniger englischer Originaltext, der den ersten Satz des Zitats wiedergibt, war im Nachhaltigkeitsbericht von 2010 (IKEA, 2010) nicht zu finden. Der zweite Satz ist im Bericht enthalten und wird hier in seinem unmittelbaren Kontext wiedergegeben (zur leichteren Identifizierung wird durch Fettdruck hervorgehoben): „Wood is a valuable resource. Resource efficiency is therefore of great importance not only from an environmental point of view but also from a cost perspective. We are constantly searching for new techniques to get the best possible return from every tree trunk. Our global sourcing means **that we source wood also from regions that are troubled by illegal logging and other unsustainable forestry practises.** Our suppliers in these areas struggle with low availability of certified wood volumes and traceability in complex supply chains. To be able to operate in these regions, IKEA has systems in place to avoid controversial wood entering the supply chain, and we cooperate with forest managers and NGOs to increase the availability of wood from responsibly managed forests“ (IKEA, 2010, S. 61; Fettdruck nicht im Original). Man sieht, dass davor von Material- und damit verbundener Kosteneffizienz die Rede ist. Der zitierte Satz selbst gibt eine problematische Rahmenbedingung wieder, auf die hin IKEA die Maßnahmen beschreibt, welche die Firma unternimmt, um ihr Nachhaltigkeitsziel trotz dieser Ausgangslage zu erreichen.

Natürlich kann nicht alles, was gesagt werden kann, im limitierten Zeitraum eines Fernsehbeitrages auch berücksichtigt werden. Es muss daher eine Auswahl getroffen werden, die natürlich immer hinsichtlich

bestimmter normativer Ansprüche kritisierbar bleibt. Es geht an dieser Stelle jedoch nicht um eine normative Bewertung, sondern nur darum zu zeigen, dass durch Nicht-Nennung von Helfer-Akteuren einer kritisierten Erzählung eine kritisierende Gegenerzählung gestützt werden kann.

(3) Stärkung des Aktanten „Widersacher“ der kritisierten Erzählung

Damit das jeweilige Subjekt der kritisierten Erzählung in seiner „Mission“ erfolgreich ist, muss es den Aktant „Widersacher“ überwinden. Je mächtiger oder überwindlicher dieser erscheint, desto mehr Zweifel entstehen, ob das anvisierte Ziel auch wirklich erreicht wird. Aus diesem Grund werden Umstände wie Korruption oder illegaler Holzhandel in den Ursprungsländern deutlich thematisiert.

Werden in der kritisierten Erzählung Akteure genannt, die die Aktantenposition „Widersacher“ besetzen, so werden sie dort normalerweise in Beziehung mit den Akteuren der Aktantenpositionen („Helfer“, „Subjekt“) gesetzt, die deren Wirksamkeit beschränken (sollen). Wie es sich am oben genannten Beispiel aus „Der IKEA-Check“ (WDR, 2012) zeigen lässt, schildert die kritisierte Erzählung also Probleme und Herausforderungen im Zusammenhang mit Maßnahmen, die getroffen werden, um diesen zu begegnen.

Die Aussagen über Akteure der Aktantenposition „Widersacher“ in der kritisierten Erzählung können in der kritisierenden Erzählung als Beleg für Vorhandensein und Wirksamkeit solcher Akteure genutzt werden. Wenn in der kritisierenden Erzählung bei solchen Zitaten zum Aktanten „Widersacher“ der gegen ihn gerichtete Kontext vernachlässigt wird, erscheint er zudem entsprechend wirkungsmächtiger als in der kritisierten Erzählung.

Hätte IKEA auf die Nennung des Widersacher-Aktanten verzichtet, wäre diese Art der Zitierung nicht möglich gewesen. Kann man daher schlussfolgern, dass es PR-strategisch klüger wäre, Probleme, Schwierigkeiten, Schwächen oder Hindernisse zu verschweigen? Würde so verfahren, könnten in einer kritisierenden Erzählung aber wiederum Blauäugigkeit, Realitätsferne oder Intransparenz vorgeworfen werden. Außerdem gibt es auch PR-strategische Gründe, den Kampf gegen Widersacher kenntlich zu machen. Der „Kampf mit dem Drachen“ macht eine Geschichte erst interessant (LITTEK, 2011, S. 119). Will ein Erzähler seine Geschichte für die Öffentlichkeit spannend gestalten, tut er gut daran, solche Konflikte mit Widersachern zu schildern; das macht das Subjekt, den Helden, umso strahlender. Wie man sieht, besteht allerdings die Gefahr, dass in einer Gegenarration der Widersacher herausgegriffen und hervorgehoben wird, ohne den Helden in der Darstellung zum Zug kommen zu lassen, wodurch Zweifel an der erzählten Erfolgsgeschichte genährt werden.

6.2 Aktantenstruktur der kritisierenden Erzählung

Welche weiteren Mittel stehen dem Journalisten für die „Entlarvung des Scheins“ zur Verfügung? Er muss

Quellen finden, die Aussagen der untersuchten Narration widersprechen. Das können unter anderem Informanten, Produkttests oder Gegendarstellungen sein. Diese Akteure sind die Helfer in seiner Aufdeckungsmission und die Stützen seiner Gegenarration zur kritisierten Geschichte.

(1) Darstellung von Akteuren für den Aktant „Helfer“ der kritisierenden Erzählung

Zur Delegitimation werden Zeugen „herbeigerufen“, deren Überzeugungskraft ihrer Legitimation entspringt. Nicht ohne Grund werden in allen drei Beiträgen Wis-

senschaftler interviewt. Wissenschaftler gelten als legitimierende (weil kompetente, vertrauenswürdige und objektive) Informationsquellen. Die Wissenschaft hat an einem Metanarrativ teil, das viele Parallelen zu dem des investigativen Journalismus aufweist. Für Wissenschaftler wie Journalisten ist das begehrte Objekt die Wahrheit. Zu dessen Erlangung dürfen sie sich nicht durch Anschein täuschen lassen. Diese Ähnlichkeit zwischen Journalisten und Wissenschaftlern macht sie geradezu zu natürlichen Verbündeten.

Tabelle 2 gibt in der Zeile „Helfer“ einen Überblick verwendeter Helfer-Akteure. So tritt ein Schreiner auf, der

Tab. 2
Aktantenstruktur der investigativen Narration.
Actant Structure of the Investigative Narration.

Aktant	Kahlschlag für Ökoholz (SWR, 2011)	IKEA-Möbel: Holz aus Urwäldern (ARD, 2011)	IKEA-Check (WDR, 2012)
Sender	Wahrheitssuche		
Subjekt	Journalist		
Objekt	„Wahrheit“ hinter der FSC-Story (und der Stora Enso-Story)	„Wahrheit“ hinter der IKEA-Story	„Wahrheit“ hinter der IKEA-Story
Helfer	- Bilder (schwere Reifen, Fahrspuren, Kahlschlag, Holztransport, Harvester) - Informant/Insider, früherer Stora Enso-Mitarbeiter heute bei staatlicher Forstbehörde (zeigt Bilder von Flächen nach Kahlschlägen, interpretierend, urteilend „dead landscape“) - Wissenschaftler (interpretierend, urteilend) - FSC-Deutschland-Vertreter - Stora Enso als Beispiel für nicht-nachhaltigen Wirtschaftler mit FSC-Siegel - Plausibilitätsargument: finanzielle Abhängigkeit des FSC von Zertifizierten	- Plausibilitätsargument („billig kann nicht nachhaltig sein“) - Harvester-Arbeiter (Zeuge, unser Wald) - Wissenschaftler (messend, berichtend) - Kunde (urteilend)	- Plausibilitätsargument („billig kann nicht nachhaltig sein“) und Aussage von IKEA preiswert sein zu wollen - Beispiel Tisch/Stühle „Jokkmokk“ - Wissenschaftler (messend, interpretierend, urteilend) - Schreiner (interpretierend, urteilend) - Labor (TÜV-Süd): Herkunft des Holzes - Widerspruch (Holz aus Sibirien, gekennzeichnet als Made in China) - Bilder (Kahlschlag, Holztransport, Harvester) - Zitierte Aussage im Nachhaltigkeitsbericht - Anteil nicht FSC-zertifizierten Holzes, FSC-Mix
Widersacher	- FSC-Story, Stora Enso-Story	- IKEA Story - Zertifizierer (der keine öffentliche Auskunft geben darf) - Sicherheitsdienst (wehrt Journalisten ab)	- IKEA-Story - Nicht-Preisgabe der Zulieferer
Empfänger	- Verbraucher - Vertrauen in FSC	- Verbraucher - Vertrauen in IKEA und FSC	- Verbraucher - Vertrauen in IKEA und FSC

den Produktpreis von „Jokkmokk“ als zu niedrig bewertet, der TÜV-Süd bestimmt im Labor die Holzherkunft, ein Insider, der früher bei Stora Enso gearbeitet hat, gibt sein Urteil ab und so weiter. Hinzu kommen eingängige, plausibel erscheinende Feststellungen, wie, dass etwas so Billiges nicht nachhaltig produziert sein könne. Aber auch Bilder von Kahlschlag, Harvestern und Holztransport sind Mittel, um Kritik an der thematisierten Erzählung von IKEA, FSC oder Stora Enso zu üben, und damit Helfer der journalistischen Mission.

Ein wichtiges Instrument der Delegitimation ist also die Negation von Aussagen durch als legitim angesehene Akteure. Durch die Delegitimation kann der Delegitimierer gestärkt werden, zumindest in den Augen derer, die seinen Delegitimationsbemühungen Glauben schenken. Er hat sich als aktive, kritische und unabhängige Größe erwiesen. So stärkt die Delegitimationsarbeit durch den investigativen Journalismus dessen Metanarrativ und damit seinen Wert in den Augen der Zuschauer.

(2) Stärkung des Metanarrativs durch den Aktanten „Widersacher“ der kritisierenden Erzählung

Hindernisse, die bei Investigationen auftauchen, sind nicht nur ein Problem. Je schwieriger die Mission desto leuchtender der Held, in diesem Falle der Journalist. Die Hindernisse machen die Geschichte spannender, werten die Arbeit des Journalisten auf. Kommunikationsverweigerung wirkt wie ein Schuldeingeständnis der Gegenseite oder zumindest als ein Hinweis, dass wirklich etwas Aufzudeckendes vorhanden ist. Auf diese Weise werden Widersacher der Aufdeckungsmission, wie abwehrende Sicherheitsleute oder Zertifizierer, die keine Auskunft geben (siehe Zeile „Widersacher“ in Tabelle 2), zu Helfer-Akteuren des Metanarrativs des investigativen Journalismus.

(3) Interpretation und Urteil durch Helfer und Erzähler

Der Journalist tritt als Beschreiber und Interpret von Fakten auf, hält sich mit Urteilen meist jedoch zurück. Das wird vielmehr den herangezogenen Helfer-Akteuren (Wissenschaftler, Kunde, Informant) überlassen. So formuliert zum Beispiel ein Wissenschaftler im Beitrag „Kahlschlag für Ökoholz“: „Das ist weit davon entfernt nachhaltig zu sein, es zerstört das Ökosystem und benachbarte Ökosysteme.“ (SWR, 2011, Minute 2:29-2:34) Oder eine befragte IKEA-Kundin sagt in „IKEA-Möbel: Holz aus Urwäldern“: „Das erscheint mir zu billig, um nachhaltig produziert zu werden.“ (ARD, 2011, Minute 2:00-2:05)

Eine Ausnahme bildet der Beitrag „Kahlschlag für Ökoholz“. Hier werden von den Autoren und dem Anmoderator Urteile gefällt. So sagt dieser: „Können wir diesem Siegel trauen? Nach den Recherchen von Manfred Ladwig und Thomas Reutter wohl eher nicht“ (SWR, 2011, Minute 0:28-0:36), und das Fazit des Beitrags zu FSC lautet: „Ein Waldschutz-Zertifikat, das in Wahrheit auch für Abholzen steht, statt schonender Entnahme. Umweltbewusste Verbraucher werden so getäuscht“ (SWR, 2011, Minute 6:31-6:32).

Die beiden anderen Beiträge sind da zurückhaltender: Das Fazit am Ende von „IKEA-Möbel: Holz aus Urwäldern“ lautet: „Wie heißt es doch so schön bei IKEA: Wer die Welt verändern will, der muss bei sich selbst anfangen. In Karelien wird gerade eine heile Welt verändert“ (ARD, 2011, Minute 2:00-2:05). Im Beitrag „Der IKEA-Check“ (WDR, 2012) wird zur Herkunft des Holzes das Urteil „oft undurchschaubar“ gefällt. Das drückt im Verhältnis zum Anspruch der Transparenz einen Mangel und damit etwas Negatives aus, denn Transparenz dürfte ja bei Erfüllung der selbstgestellten Ansprüche von IKEA und FSC kein Problem sein. Auf der anderen Seite bedeutet „undurchschaubar“, dass der Sachverhalt nicht ausreichend durchschaut also durchleuchtet werden konnte. Die Beweislage reicht nicht aus, um ein fundiertes Urteil zu fällen. Was zusammengetragen wurde, sind Vermutungen, Indizien und Hinweise, aber keine eindeutigen Beweise. Das Wort „undurchschaubar“ ermöglicht also das Paradox, ein negatives Urteil zu fällen, in einer Situation, in der ein gesichertes Urteil nicht getroffen werden kann.

7. EBENE 3: ASPEKTE DER KOMMUNIKATION

Die kommunikative Handlung, die das Aussenden und Empfangen des Fernsehbeitrags darstellt, ist einer eigenen Betrachtung wert. Hier kommt der Zuhörer-Aktant ins Blickfeld, der nicht nur passiver Empfänger einer vom Erzähler gefertigten Narration ist. Er wird durch die Erzählweise zum Begleiter der Journalisten und nimmt deren Perspektive ein. Das Ausblenden der Person „Journalist“ verleiht der Erzählung Objektivität und erhöht die Glaubwürdigkeit in den Augen des Zuschauers. Interpretationen und Urteile werden zwar nahegelegt, aber dem Zuhörer überlassen.

7.1 Vereinnahmung der Zuhörer durch die Erzähl-Perspektive

In den Beiträgen ist zwar kein Journalist zu sehen, aber er (beziehungsweise das Recherche-Team) wird durch die Stimme des Sprechers aus dem Off repräsentiert. Der Beitrag ist so aufgebaut, dass der Zuschauer vom Journalisten auf seine Mission „mitgenommen“ wird, das heißt, er wird durch die Erzählstimme und den Erzählverlauf in die Perspektive des Journalisten versetzt (GENETTE, 2007, S. 190–200; MARTÍNEZ und SCHEFFEL, 2009, S. 63–67; KIM, 2002, S. 207). Perspektive oder Fokalisierung markieren den Punkt, „von dem aus die Welt der Erzählung wahrgenommen und erzählt wird [...]“ (KIM, 2002, S. 207). In der Sprache der Detektivarbeit gesprochen: Der Zuschauer erlebt all die Schritte mit, die vom Verdacht über das Sammeln von Hinweisen, Indizien und Beweisen sukzessive bis hin zum zusammengetragenen Gesamtbild und Gesamturteil verlaufen. Dadurch entsteht nicht nur eine spannende „Story“, sondern es wird auch möglich, sich mit der journalistischen Perspektive zu identifizieren. Die Entdeckungen werden dadurch auch ein Stück weit die Entdeckungen des Zuschauers, was die Überzeugungskraft des Fernsehbeitrags, neben Faktoren wie argumentati-

ver Stringenz oder Visualisierung durch Bildmaterial, erhöhen dürfte.¹⁰⁾

7.2 Glaubwürdigkeit durch objektivierte Erzählweise

Dadurch, dass der Journalist nie als Person identifiziert werden kann, wird er zur abstrakten Größe. (Er erscheint geradezu als Aktantenposition, die nicht von einem konkreten Akteur besetzt wird.) Die Entpersönlichung lässt die Geschichte objektiver und damit glaubwürdiger erscheinen. In wissenschaftlichen Berichten wird analog verfahren, auch dort wird von der Person des Forschers möglichst Abstand genommen. Schließlich sollen wissenschaftliche Erkenntnisse allgemeingültig und subjekt-unabhängig gelten. Die Forscherfigur tritt hinter die von ihr unabhängige Erkenntnis zurück, so wie der Journalist hinter die Geschichte beziehungsweise die entdeckte „Wahrheit“. Im Kontext der journalistischen Erzählung wird allerdings mit dieser Regel des „Wissenschaftsbetriebs“ gebrochen und der Wissenschaftler gezeigt. Hier stärken die Glaubwürdigkeit und der Anspruch auf Objektivität, die mit der Rolle des Wissenschaftlers verbunden sind (und die durch Zurücknahme von Subjektivität in der Wissenschaft erarbeitet wurden), die Glaubwürdigkeit der durch ihn getroffenen Aussagen.

7.3 Interpretation und Urteil durch Aktant „Zuhörer“

Der Journalist ist der Aktant „Erzähler“ des Fernsehbeitrags und der darin enthaltenen Wahrheit, der Zuschauer der Aktant „Zuhörer“. Die Leistung des Erzählers besteht aber nicht nur im simplen Berichten und Darstellen, sondern er interpretiert auch seine Funde oder legt durch die Darstellung Interpretationen nahe (KIM, 2002, S. 115), wodurch dargestellte Elemente erst zu „Beweisen für etwas“ gemacht werden. Auf die gleiche Weise kann auch mit Werturteilen verfahren werden. Je naheliegender Schlussfolgerung und Urteil gemacht werden, umso überflüssiger wird ihre Formulierung. Das letzte Stück kann der Eigenleistung des Zuschauers anvertraut werden, der damit die Rolle des interpretierenden und beurteilenden Erzählers sozusagen ein Stück weit selbst übernimmt. Gleichzeitig schützt sich der Journalist davor, mehr zu sagen, als er aufgrund der „Beweislage“ eigentlich wohlbegründet sagen kann und darf. Die intendierte Botschaft kommt (wahrscheinlich) an, ohne wirklich verbalisiert worden zu sein.

8. ZUSAMMENFASSUNG: BESCHREIBUNG VON KRITIK ANHAND DES AKTANTENMODELLS

Delegitimationsprozesse können über die kritische Thematisierung von öffentlichen Erzählungen durch

¹⁰⁾ Das Sehen der Sendung kann als eine in der Realität geleistete „Entdeckungsarbeit“ des Zuschauers aufgefasst werden. Es handelt sich nicht um ein reines Unterhaltungsprogramm, sondern um Reportagen, also geht es um das Sammeln von Informationen über die Wirklichkeit, sich aufklären lassen und Investition von Zeit und Aufmerksamkeit in den Aufbau von Bewältigungskompetenzen für den Umgang mit der Wirklichkeit.

andere öffentliche Erzählungen erklärt werden. Dabei werden Akteure der Aktantenrolle „Helfer“ in der kritisierten Erzählung geschwächt oder verschwiegen, Akteure der Aktantenrolle „Widersacher“ aber verdeutlicht. Die Aktanten „Objekt“, „Sender“ und „Empfänger“ in der kritisierten Erzählung werden in der kritisierenden Erzählung bestätigt oder sogar noch deutlicher hervorgehoben. Auf diese Weise wird das Scheitern des Aktanten „Subjekt“ in seiner „Mission“ umso klarer erkennbar, denn der Sender steht für die Werte, denen das Subjekt sich verpflichtete aber nicht gerecht wurde, das Objekt für das verfehlte Ziel und der Empfänger für den leer ausgehenden Nutznießer der Anstrengung, im vorliegenden Fall also den Kunden. Das kritisierte Subjekt erscheint dadurch bildlich gesprochen „ohnmächtig“ und wie ein „Hochstapler“, also in Wirklichkeit „kleiner“ als es vorgibt zu sein (siehe Abbildung 3). Zwischen den Akteuren der Aktanten „Helfer“ und „Widersacher“ der kritisierten und der kritisierenden Erzählung kommt es im Zuge des Ebenenwechsels zu einer Art Rollentausch. Die Akteure des Aktanten „Helfer“ der kritisierten Erzählung (Ebene 1) werden zu Akteuren des Aktanten „Widersacher“ der kritisierenden Erzählung (Ebene 2) und damit zu einem zu überwindenden Hindernis umdefiniert. Umgekehrt werden Akteure des Aktanten „Widersacher“ der kritisierten (Ebene 1) zu Akteuren des Helfers der kritisierenden Erzählung (Ebene 2).

Ein Nebeneffekt der erzählerischen Delegitimation ist, dass die kritisierende Erzählung gestärkt wird und die Legitimation ihrer Erzähler in den Augen des zustimmenden Publikums erhöht wird. Das ist insbesondere dann der Fall, wenn es wie im investigativen Journalismus zur „Mission“ des Erzählers gehört, irreführende Narrationen anderer Erzähler aufzudecken.

9. FAZIT

Das Ziel dieses Artikels war es, das Aktantenmodell der narrativen Semiotik für die Analyse der öffentlichen Berichterstattung zu einem für forstpolitische Debatten relevanten Thema fruchtbar zu machen. Hierbei wurden die Tiefenstrukturen der kritisierten und der kritisierenden Erzählung beleuchtet und betrachtet, in welcher Beziehung diese zueinander stehen. Für die Analyse wurden drei Fernsehbeiträge ausgewählt, die in der ARD in den Jahren 2011 und 2012 ausgestrahlt wurden. In den Fernsehbeiträgen wurden der FSC, Stora Enso und IKEA sowie deren Zertifizierungs- bzw. forstwirtschaftliche Praxis thematisiert und deren Legitimation im Zuge dessen zumindest potenziell geschwächt.

Die Analyse anhand der Aktantenstruktur erwies sich als nützlich. Es konnte ein detaillierter Einblick in den Aufbau einer kritischen Bezugnahme zu forstpolitisch relevanten Zusammenhängen durch Beiträge investigativen Journalismus gewonnen werden. Anhand der hier angewendeten und bisher im forstlichen Kontext wenig bekannten Methode konnten solche Bezugnahmen auf einer relativ abstrakten Ebene identifiziert werden. Dazu gehören die selektive Bestätigung oder Vernachlässigung beziehungsweise Stärkung und Schwächung von Akteuren bestimmter Aktantenpositionen der kritisierten Erzählung sowie die Einführung von Akteuren

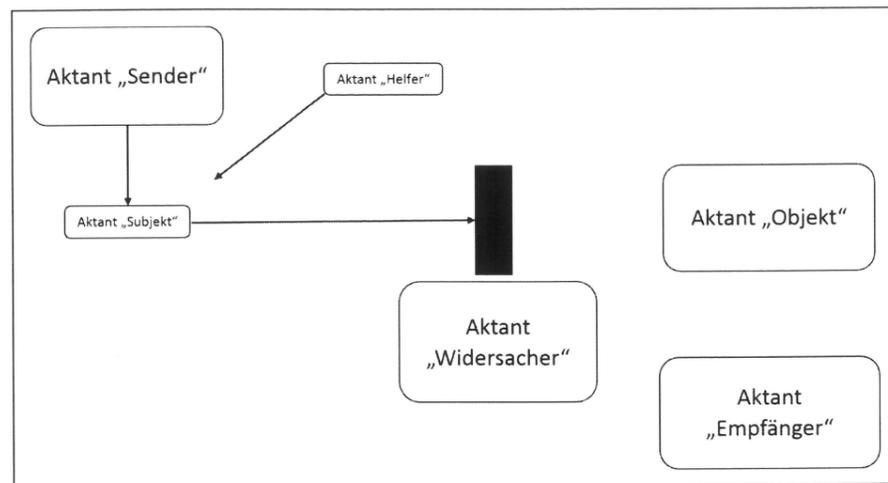


Abb. 3

Aktantenstruktur der kritisierten Erzählung (Ebene 1) aus der Sicht der kritisierenden Erzählung (Ebene 2): Im Vergleich zur *Abbildung 1* (kritisierte Erzählung) wird erkennbar, dass die Aktanten „Sender“, „Objekt“, „Empfänger“ und „Widersacher“ bestätigt und unterstrichen werden (vergrößerte Darstellung), die Aktanten „Helfer“ und „Subjekt“ aber geschwächt werden (verkleinerte Darstellung). Die Unterstützung des Aktanten „Helfer“ für das „Subjekt“ erscheint unzureichend (verkürzter Verbindungspfeil) und die Hindernisse und Schwächen als unüberwindbar (vergrößerter senkrechter Balken bei Aktant „Widersacher“, Pfeil bleibt vor ihm „stehen“ und erreicht Aktant „Objekt“ nicht mehr).

Actant Structure of the Criticized Story (Level 1) from the Perspective of the criticizing Story (Level 2): The actants sender, object, receiver, and opponent are exaggerated (box size increased compared to *Figure 1*); the actants helper and subject are understated (box size decreased compared to *Figure 1*); the actant helper's support for the subject appears insufficient (arrow does not reach the subject compared to *Figure 1*); the obstacles and weaknesses are portrayed as invincible (the exaggerated black bar at the actant opponent blocks the arrow that does not reach the actant object compared to *Figure 1*).

auf Aktantenpositionen einer konkurrierenden kritischen Gegennarration. Weitere Mechanismen betreffen die Erzählweise, wie z.B. die Vereinnahmung der Zuschauer durch die Erzählperspektive, oder die Verlagerung von Urteilen auf das Publikum der Fernsehbeiträge. Die so gewonnenen Erkenntnisse lassen sich als Typen der kritischen Bezugnahme auf konkurrierende Erzählungen lesen beziehungsweise auch in Richtung Diskursstrategien interpretieren, denn in diskursiven Auseinandersetzungen wird häufig in Erzählungen kritisch auf andere Erzählungen Bezug genommen.

Ähnliche Analysen wie die hier angestellte können auf alle die Fälle angewendet werden, in denen in Erzählungen eine Auseinandersetzung mit anderen, insbesondere konkurrierenden Erzählungen stattfindet (vgl. DOBLER und SUDA, 2013; VIEHÖVER, 2012b). Eine Analyse der diskursiven Auseinandersetzungen zwischen zivilgesellschaftlichen Naturschutzorganisationen und staatlichen forstlichen Akteuren zur Waldnutzung erscheint zum Beispiel vielversprechend.

Die Stärke der Methode liegt in der Fokussierung auf die Tiefenstruktur von Erzählungen und ihre Unabhängigkeit von der Vielgestaltigkeit der sogenannten Textoberfläche. In der Vernachlässigung der Oberfläche liegt aber wiederum eine Schwäche, denn das heißt, Mittel wie die Verwendung rhetorischer Figuren oder die Attraktivität der Wortwahl, außen vor zu lassen. Solche

Elemente und ihre Wirkung innerhalb diskursiver Auseinandersetzungen müssen mit anderen Werkzeugen untersucht werden.

10. ZUSAMMENFASSUNG

In diesem Beitrag werden Delegitimationsprozesse mit Hilfe der Tiefenstrukturanalyse der narrativen Semiotik nach Algirdas GREIMAS untersucht. Gegenstand der Betrachtung ist die kritische Berichterstattung im deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehen über den Forest Stewardship Council (FSC) sowie IKEA und Stora Enso, die beide auf eine FSC-Zertifizierung zurückgreifen. Für diese Unternehmen ist Legitimität und Akzeptanz durch die Verbraucher und Stakeholder von besonderer Bedeutung. Drei Beiträge, die im Ersten Deutschen Fernsehen (ARD) erstmals zwischen Februar 2011 bis August 2012 ausgestrahlt wurden, werden analysiert. Die Fernsehbeiträge stellen einen Kommunikationsakt in Form einer kritischen Erzählung über eine Erzählung dar (s. *Abb. 2*). Gezeigt wird, dass sich die kritischen Beiträge sehr gut mit Hilfe des von GREIMAS entwickelten Aktantenmodells der narrativen Semiotik beschreiben und durchleuchten lassen. Aktanten sind strukturell und funktionell grundlegende Rollen- oder Positionsverteilungen in einer Erzählung, bestehend aus Subjekt, Objekt, Sender, Empfänger, Helfer und Widersacher (s. *Tabelle 1–2* für die Ebene der kritisierten und der kri-

tisierenden Erzählung). Die Bezugnahme auf die Aktanten in den verschiedenen Erzählebenen wird beschrieben (vgl. *Abb. 1* und *3*), sowie die Strategien aufgezeigt, die von den Journalisten eingesetzt werden, um ihre Kritik glaubhaft und wirksam zu machen.

11. ABSTRACT

Title of the paper: *Critique as a story about a story: A narrative semiotic analysis of the television reporting on forest certification.*

The article uses the narrative semiotics developed by Algirdas GREIMAS to analyze the deep semiotic structure of public delegitimation processes. The theory of narrative semiotics is applied to the analysis of the critical reports about the Forest Stewardship Council (FSC) and two FSC certified companies Stora Enso and IKEA that were produced and broadcasted by the German public broadcasting networks. For these three organizations, their legitimacy and acceptance by consumers and stakeholders is extremely important. Empirically, the article analyzes three short reports that were broadcasted in the First German Television ARD (one of the two federal German public broadcasting networks) between February 2011 and August 2012. The article shows that the actantial model from GREIMAS' narrative semiotics can be applied to describe and explain these critical reports. According to this model, the reports can be seen as a critical story about a story. Thus, several levels in the reports can be identified (see *Fig. 2*). Actants are structural and functional roles or positions in a story: subject, object, sender, receiver, helper and opponent (see *Tables 1–2* for story levels 1 and 2). The paper also describes how the reports relate to the actants on different narrative levels (see *Fig. 1* and *3*), as well as a set of strategies that the journalists employ in order to make their critique credible and effective.

12. RÉSUMÉ

Titre de l'article: *Critique sous forme de récit d'un récit: analyse de contributions télévisées sur la certification forestière en lien avec un modèle actant de sémiotique narrative.*

Dans cette contribution des processus de délégitimation sont étudiés à l'aide de l'analyse de la structure profonde de la sémiotique narrative selon Algirdas GREIMAS. Un objet de la réflexion est le rapport critique rendu à la télévision publique allemande sur la certification «Forest Stewardship Council» (FSC) comme chez IKEA et Stora Enso, entreprises qui, toutes deux, se rattachent la certification FSC. Pour ces entreprises, la légitimité et l'acceptation des consommateurs et parties prenantes sont particulièrement importantes. Trois contributions, qui ont été diffusées sur la première chaîne de télévision allemande ARD, d'abord entre février 2011 et août 2012, ont été analysées. Les rapports télévisés présentent une communication sous la forme d'un récit critique d'un récit (cf. *Fig. 2*). Il est montré que les rapports critiques se décrivent très bien à l'aide du modèle actant de la sémiotique narrative, développé par GREIMAS, et se laissent ainsi bien éclairer. Les actants sont des distributions de rôles ou de positions structurelles et fonction-

nelles dans un récit, existant comme sujet, objet, destinataire, destinataire, adjuvant et opposant (cf. *Tableau 1–2* pour le niveau du récit critiqué et critiquant). La référence aux actants à différents niveaux de narration est décrite (comparer *Fig. 1* et *3*), tout comme les stratégies révélées, stratégies qui sont fabriquées par les journalistes pour rendre leur critique crédible et efficace.

13. LITERATURVERZEICHNIS

- ARD (2011): IKEA-Möbel. Holz aus Urwäldern. Plus-Minus (Bericht: Christin Gottler). Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=tcxerSyTDNg>, zuletzt geprüft am 13.06.2013.
- ARNOLD, M. (2012): Erzählen. Die ethisch-politische Funktion narrativer Diskurse. In: M. ARNOLD, G. DRESSEL und W. VIEHÖVER (Hgs.): *Erzählungen im Öffentlichen. Über die Wirkung narrativer Diskurse*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 17–63.
- BRUNER, J. S. (1998): Vergangenheit und Gegenwart als narrative Konstruktionen. Was ist gewonnen und was verloren, wenn Menschen auf narrative Weise Sinn bilden? In: J. STRAUB (Hg.): *Erzählung, Identität und historisches Bewußtsein. Die psychologische Konstruktion von Zeit und Geschichte*. Suhrkamp, Frankfurt am Main, S. 46–80.
- CASHORE, B., G. AULD and D. NEWSOM (2004): *Governing through Markets: Forest Certification and the Emergence of Non-state Authority*. Yale University Press, New Haven, 327 S.
- DOBLER, G. und M. SUDA (2013): *Der Held und der Bösewicht. Wie Greenpeace und andere uns von Gut und Böse erzählen*. LWFaktuell 97: 48–53.
- FAO (2011): *State of the World's Forests. Food and Agriculture Organization of the United Nations*, Rome, 179 S.
- FRIEDL, CH. (2013): *Hollywood im journalistischen Alltag. Storytelling für Erfolgreiche Geschichten. Ein Praxisbuch*. Springer VS, Wiesbaden, 232 S.
- FSC (2013a): *Global FSC Certificates: Types and Distribution*. January 2013. Online verfügbar unter <https://ic.fsc.org/facts-figures.19.htm>, zuletzt geprüft am 20.02.2013.
- FSC (2013b): *Our Vision and Mission: Staying True to Our Promise*. Online verfügbar unter <https://ic.fsc.org/vision-mission.12.htm>, zuletzt geprüft am 08.11.2013.
- FSC (2013c): *Global Strategy: Driving FSC's Future Development*. Online verfügbar unter <https://ic.fsc.org/global-strategy.13.htm>, zuletzt geprüft am 08.11.2013.
- FSC (2013d): *Accreditation Program: Ensuring Excellence in Certification*. Online verfügbar unter <https://ic.fsc.org/accreditation.28.htm>, zuletzt geprüft am 08.11.2013.
- FSC (2013e): *Swedwood*. Online verfügbar unter <https://ic.fsc.org/swedwood-russia.323.htm>, zuletzt geprüft am 08.11.2013.
- GAGGERMEIER, A. und M. SUDA (2010): *Waldzertifizierung im Label-Dschungel. Kaufverhalten von Verbrauchern*. AFZ-Der Wald 23(10): 43–45.
- GENETTE, G. (2007): *Discours du récit*. Les Éditions du Seuil, Paris, 435 S.
- GREIMAS, A. J. (1972 (1966)): *Sémantique structurale. Recherche de méthode*. Larousse (Langue et langage), Paris, 262 S.

- GREIMAS, A. J. (1976): Maupassant. La sémiotique du texte. exercices pratiques. Éd. du Seuil, Paris, 276 S.
- GREIMAS, A. J. und J. COURTÈS (1979): Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Hachette, Paris, 454 S.
- HANNAN, M. T. and J. FREEMAN (1989): Organizational Ecology. Harvard University Press, Cambridge, 382 S.
- IKEA (2010): Sustainability Report 2010. Online verfügbar unter http://www.ikea.com/ms/de_DE/about_ikea/pdf/ikea_ser_2010.pdf, zuletzt geprüft am 13.06.2013.
- IKEA (2012): IKEA Group Sustainability Report FY12. Online verfügbar unter http://www.ikea.com/ms/en_GB/about_ikea/read_our_material/#, zuletzt geprüft am 25.10.2013.
- KIM, T. H. (2002): Vom Aktantenmodell zur Semiotik der Leidenschaften. Eine Studie zur narrativen Semiotik von Algirdas J. Greimas. Narr Francke Attempto, Tübingen, 248 S.
- KRÜTZEN, M. (2010): Dramaturgien des Films. Das etwas andere Hollywood. S. Fischer, Frankfurt am Main, 624 S.
- KRÜTZEN, M. (2011): Dramaturgie des Films. Wie Hollywood erzählt. 3. Aufl. Fischer-Taschenbuch-Verlag, Frankfurt am Main, 384 S.
- LFK (Landesanstalt für Kommunikation Baden Württemberg) (2008): Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV). Online verfügbar unter http://www.lfk.de/fileadmin/media/recht/12_RStV_Juni09.pdf, zuletzt geprüft am 11.07.2013
- LITTEK, F. (2011): Storytelling in der PR. Wie Sie die Macht der Geschichten für Ihre Pressearbeit nutzen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 236 S.
- LUDWIG, J. (2005): Investigativer Journalismus. In: S. WEISCHENBERG, H. J. KLEINSTEUBER und B. PÖRKSEN (Hgs.): Handbuch Journalismus und Medien. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, S. 122–126.
- MARTINEZ, M. und M. SCHEFFEL (2009): Einführung in die Erzähltheorie. 8. Aufl. Beck, München, 198 S.
- MAYNTZ, R. (2010): Legitimacy and Compliance in Transnational Governance. MPIfG Working Paper 10/5. Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln.
- MITCHELL, W. J. T. (Hg.) (1981): On Narrative. University of Chicago Press, Chicago, 270 S.
- NEPCON (2011): Statement on the FSC certification of Swedwood Karelia. Online verfügbar unter http://www.nepcon.net/4934/English/Certification/FSC/Stakeholder_updates/Statement_about_the_FSC_certification_of_Swedwood_Karelia/, zuletzt geprüft am 08.11.2013.
- SCHEPERS, D. H. (2010): Challenges to Legitimacy at the Forest Stewardship Council. Journal of Business Ethics **92**: 279–290
- SOMERS, M. R. (1994): The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach. Theory and Society **23**: 605–649.
- STEFFEK, J. (2009): Discursive Legitimation in Environmental Governance. Forest Policy and Economics **11**: 313–318.
- STORA ENSO (2012). Global Responsibility Report. Online verfügbar unter <http://www.storaenso.com/media-centre/publications/sustainability-report/Pages/sustainabilityreport.aspx>, zuletzt geprüft am 25.10.2013.
- SUCHMAN, M. C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. Academy of Management Review **20**: 571–610.
- SUDDABY, R. and R. GREENWOOD (2005): Rhetorical Strategies of Legitimacy. Administrative Science Quarterly **50**: 35–67.
- SWR (2011): Kahlschlag für Ökholz. Trotz Umweltsiegel holzen Papierhersteller rücksichtslos ab. Report Mainz (Autoren: Manfred Ladwig, Thomas Reutter). Online verfügbar unter <http://www.swr.de/report/-/id=233454/nid=233454/did=7462706/11y3uve/>, zuletzt geprüft am 13.06.2013.
- VIEHÖVER, W. (2011): Diskurse als Narrationen. In: R. KELLER, A. HIRSELAND, W. SCHNEIDER und W. VIEHÖVER (Hgs.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Theorien und Methoden. 3. Aufl. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 193–224.
- VIEHÖVER, W. (2012a): „Menschen lesbarer machen“: Narration, Diskurs, Referenz. In: M. ARNOLD, G. DRESSEL und W. VIEHÖVER (Hgs.): Erzählungen im Öffentlichen. Über die Wirkung narrativer Diskurse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 65–132.
- VIEHÖVER, W. (2012b): Öffentliche Erzählungen und der globale Wandel des Klimas. In: M. ARNOLD, G. DRESSEL und W. VIEHÖVER (Hgs.): Erzählungen im Öffentlichen. Über die Wirkung narrativer Diskurse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 173–215.
- WDR (2012): Der IKEA-Check. Teil 3: Holzherkunft. Markencheck (Bericht: CHRISTIN GOTTLER, MICHAEL GRITZ). Online verfügbar unter http://www.wdr.de/tv/markencheck/sendungsbeitraege/2012/0814/02_ikeacheck.jsp?sessionid=AF02875323200D8EB4E28F7D55001C96, zuletzt geprüft am 13.06.2013.
- WEBER, M. (1956): Wirtschaft und Gesellschaft. Mohr Siebeck, Tübingen, 960 S.

Neuerscheinung:

Übungsbuch zur Forst- und Umweltökonomie

Schriften zur Forst- und Umweltökonomie, Band 39

Von V. BERGEN, W. LÖWENSTEIN und R. OLSCHESKI

188 Seiten mit 53 Aufgaben,

ISBN 978-3-7939-7039-2. Kartoniert € 19,80

Die Forstökonomie ist eine angewandte Wirtschaftswissenschaft, die mit den Mitteln der volkswirtschaftlichen Grundlagen spezielle Probleme des Waldes als Teil der Umwelt und der Landschaft zu lösen versucht. Dieses Übungsbuch enthält Aufgaben, die den Inhalt unseres Lehrbuches *Forstökonomie – Volkswirtschaftliche Ansätze für eine vernünftige Umwelt- und Landnutzung* erläutern und vertiefen sollen. In ihrer konkreten Ausgestaltung bilden die Aufgaben Problemstellungen ab, die für weite Teile einer angewandten Volkswirtschaftslehre von Bedeutung sind.

Die konkrete Ausgestaltung erfordert nachvollziehbare Lösungen. Durch rechnerische Ansätze bei der Darstellung und Lösung der Aufgaben soll die Nachvollziehbarkeit erleichtert werden. Dies verlangt jedoch die Anwendung mathematischer

Methoden, auf die im Lehrbuch aus Gründen der Anschaulichkeit weitgehend verzichtet wurde. Um diese Hürde leichter überwinden zu können, sind im Übungsbuch Problemlösungsangebote enthalten, die sich eng am Lehrbuchtext orientieren und sich komplementär zur dort gewählten Darstellungsweise nutzen lassen.

Die thematische Breite der Übungen gewährleistet einen umfassenden Erkenntnisgewinn für einen weiten, volkswirtschaftlich interessierten Leserkreis. Gleichzeitig wird das Potenzial zur Anwendung der verwendeten Methoden über forstliche Fragestellungen hinaus demonstriert. Das *Übungsbuch zur Forst- und Umweltökonomie* bietet so eine breite Palette von methodischen Ansätzen für eine vernunftgeleitete Lösungsfindung im Umweltbereich.

J. D. SAUERLÄNDER'S VERLAG · BAD ORB